

# Les conflits d'intérêts entre acteurs de la TV et du mobile pourraient freiner l'essor de la TV mobile

La télévision mobile n'en est qu'à ses débuts. Pour le moment diffusée en *streaming* (flux constant) sur les réseaux UMTS des opérateurs, la TV mobile téléphonique se heurte déjà à un mur. En effet, le flux de télévision utilise les réseaux des opérateurs, des réseaux point à point qui saturent lorsqu'un nombre important d'utilisateurs regarde ces programmes simultanément.

D'où l'intérêt de la télévision mobile diffusée qui utilise les ondes hertziennes. Il s'agit en fait de proposer une sorte de TNT mobile.

Tout semble prêt pour un lancement à court terme. Tout le monde s'accorde autour de la norme DVB-H (excepté Alcatel qui pousse une solution hybride avec le satellite), les terminaux sont prêts et les fréquences devraient bientôt être libérées via la nouvelle loi sur la TV du futur en cours d'adoption.

Les plus optimistes d'attendent à un lancement courant 2007 et une couverture quasi totale du territoire pour 2008-2009. Mais le succès de la TV Mobile (toutes les études montrent que les consommateurs attendent impatiemment un tel service et sont prêts à payer pour) pourrait être impacté par de fortes divergences de vues entre les acteurs de la TV et ceux du mobile.

Selon une étude d'OC&C Strategy Consultants, tous les acteurs ont intérêt à faire de la TV mobile un succès. « *Les opérateurs mobiles y trouveront de nouveaux relais de croissance qui n'exigent pas d'investissements. Les chaînes de TV verront leurs audiences progresser et les opérateurs de diffusion verront également leurs revenus augmenter* », explique Michel Sasportes, consultant pour OC&C.

« *Or, chacun défend ses intérêts propres qui ne vont pas dans le sens du marché. Les opérateurs penchent vers un modèle payant, veulent produire leurs propres contenus et sont partisans d'une couverture indoor. Les chaînes de TV sont tentées par le modèle gratuit et font pression pour éviter une couverture indoor qui viendra concurrencer la TV classique. Les opérateurs de diffusion ont des réticences à amorcer la pompe: 300 millions d'investissements pour couvrir deux tiers de la population en cinq ans* », poursuit-il.

En d'autres termes, chacun essaye de tirer la couverture à soi avec des stratégies individualistes. « *Ce qui est une erreur fondamentale* », souligne le consultant. Par exemple, alors que toutes les études montrent que les consommateurs sont prêts à déboursier environ 5 euros par mois pour ce service, le modèle payant ne fait pas consensus entre les différents acteurs.

Ainsi, à l'heure actuelle **le flou est total**, rien n'est finalisé. Selon OC&C, le secteur penche sur la rivalité et non pas la collaboration car les règles du jeu, la loi, ne sont pas encore définies.

« *Le scénario de la rivalité entre les acteurs, qui semble émerger, sera beaucoup moins profitable que le modèle collaboratif. Ce modèle englobe la gratuité du service, une couverture limitée, une concurrence entre la 3G et le DVB-H et peu de chaînes. Le modèle collaboratif s'appuie sur un service payant, une couverture*

*indoor étendue, des accords de partage de revenus et un nombre important de chaînes », explique Jean-Michel Cagin, consultant d'OC&C.*

Dans un modèle coopératif payant, la TV mobile devrait toucher 6 millions de clients en 2016 pour un chiffre d'affaires de plus de 500 millions d'euros qui doublera en 4 ans, selon les calculs du cabinet. « *Mais si le modèle de rivalité s'impose, les revenus générés seront très bas, la publicité ne compensera pas le coût d'une offre gratuite* », prévient le consultant.

Il faudra bien se mettre d'accord et tout risque de se jouer dans les prochains mois. Si chacun campe sur ses positions, l'essor de la TV mobile risque de connaître de sévères ratés.